

RESUMEN CONFERENCIA CHRIS SACCA. JULIO 09 DE 2009, AUDITORIO G12.

Quiero hablar de las cosas que aprendí cuando trabajé con Obama, con Google, con Twitter y con docenas de otras compañías. Yo creo que esta conferencia es sobre mercadeo, algunas de mis historias tal vez pueden sonar algo pasadas pero espero que ojala entiendan que cuando hablo de cómo se trabaja con fundaciones, con comunidades, con ustedes mismos, podemos crear la oportunidad para la renovación, para la unión, para las aventuras y esas no son cosas que pasan por accidente. Las fundaciones crean oportunidades.

Trabajé en Google por 4 años, vi las cosas más exclusivas y los más importante pasos del desarrollo de la compañía. Había cerca de 100 empleados y salí al final del 2007 para iniciar mi aventura en Lowercase Capital. Ellos tenían 22 compañías donde yo había trabajado como consultor e incluían todo, desde que dos personas sentadas en un cuarto simplemente creando un software en el mismo salón donde estaban viviendo, hasta compañías tan grandes como Twitter que tienen miles de millones de usuarios.

También tenían un fondo de 7 billones de dólares en recursos y obviamente querían hacer dinero con esto. También trabajé con fundaciones y empecé con las de las mismas compañías que ya mencioné. También fui consultor de la muy exitosa campaña de Obama. Tal vez una de las personas más importantes en esa campaña es Chris Hughes quien les hablará un poco de esta campaña dentro de otras compañías y con quien obviamente hicimos la exitosa campaña de Obama.

La compañía con la que más trabajo ahora es Twitter, una nueva cara de internet que hace algo más social, nos conecta y nos ayuda a conseguir información mirando directamente todo lo que está haciéndose en la prensa y en los medios. Esto es lo que conocemos como des mediación.

Twitter es una compañía fascinante. Creció el doble en 5 o 6 semanas y obviamente queremos que crezca aun más. Antes de esto, yo trabajaba con la división de Wireless. Era responsable de las estrategias, los espectros, la maquinaria, los dispositivos, todo aquello que trabajaba con nuestros usuarios y era fascinante trabajar con ellos porque han hecho otras cosas como co productores y cofundadores de productos de adquisición de otras compañías.

Esto fue una de las cosas más desafiantes que hicimos. Nos dimos cuenta que teníamos problemas en frente, a ustedes los usuarios les gusta usar Google en sus servicios y a nosotros gusta construirlo para ustedes. Construíamos para que ustedes pudieran disfrutar de los servicios.

También somos conocidos como transportadores o carriers, y esto en los Estados Unidos es vital para mostrar cómo podemos usar y darles a ustedes la utilidad a través de una ecuación que funcione.

A veces se previene a los usuarios para acceder a estas aplicaciones de acuerdo al tamaño de lo que quieran visitar, pero hay un problema. El problema es que las compañías que empiezan a ofrecer el software no pueden ofrecerlo siempre y los tamaños que quieren los usuarios es un poco miedoso, en proporción. Pero lo que estamos haciendo es tratar de usar nuestras manos para poder tener acceso a lo que se quiere, pero también a veces se amarran las manos a los innovadores que crean los softwares para que la gente desarrolle los negocios y es a veces frustrante ver como esto pasa.

Mi trabajo consiste en cómo cambiar esto, como crear más compañías, más competidores para que se creen más espacios. Hay que cambiar las reglas del juego en tecnología, en legislación, en términos comerciales, para crear un juego limpio para todos, sea Google, Yahoo, Microsoft, etc. Por ejemplo You Tube ha cambiado el mundo. Y obviamente cada uno de estos debe tener la misma oportunidad sin importar quién es el transportador.

Esta es una iniciativa grande, tanto que en un punto determinado teníamos 4.7 billones de dólares para empezar e ir a Washington. Esto era excelente. Empezamos el Start up con algunos cientos de personas y cuatro años más tarde tenía un cheque de 4.7 Billones, una transacción muy grande, la más grande en la historia de Google para ayudar a cambiar el medio ambiente, para hacer este mundo un mundo mejor para usuarios, para muchas compañías y también para nuestros competidores.

¿Cómo puede suceder algo así? ¿Cómo pasamos del comienzo a un ambiente donde ya tengo billones de dólares? Para entender esta historia, quiero ir a la historia de Google, los principios importantes que teníamos al empezar la compañía y cómo pasó esto tan rápido.

Esta es una foto de Larry y Sergey en un garaje de Silicon Valley como cualquier compañía que empezó en un garaje. Estos tipos ni si quiera tenían con quien empezar en un garaje. Se graduaron y empezaron en un cuarto, en un salón, fueron a la universidad de Stanford y cuando comenzó Google, estaban en un dormitorio.

Realmente el problema era que los computadores eran complicados y era muy difícil dormir al lado de ellos, entonces necesitaron alquilar un garaje. Así empezaron en este garaje y se encontraron con que había gente de esa casa que quería trabajar. Así que otros trabajaban en la cocina.

Esta es una fotografía del primer servidor de Google. Podemos ver que no se ve como un computador barato, no se ve que tenga un juego o algo así. Cómo no tenían dinero para poder comprar computadores clásicos, lo que hicieron entonces fue pedirlos prestados y la forma como los consiguieron fue en al parque de entregas de la universidad. Empezaron por los nuevos computadores que estaban llegando a los profesores de ciencias sociales, humanidades, que no tenían ni idea de usar los computadores. Les ofrecieron entonces a los profesores configurar sus computadores para que pudieran empezar a trabajar. Así se los prestaban y ellos los devolvían cuando estuvieran perfeccionados.

Los profesores no sabían mucho de computadores en ese entonces así que se los prestaron. Larry y Sergey usaron esta una oportunidad para poner los computadores en un servicio de Google e inmediatamente los profesores empezaron a sospechar algo, así que tuvieron que devolverlos antes de que sospecharan seriamente.

Así empezaron esta compañía sin nada de dinero. Esta es la página de Google inicialmente. Es como la página de hoy en día: simple y hasta bonita diría yo, comparada con otras que hay en Internet. Podemos relajarnos y buscar con tranquilidad. Lo interesante aquí es que la simplicidad y belleza de las páginas fue un accidente. Ellos no sabían cómo codificar este tipo de lenguaje que les permitía construir este tipo de páginas así que construyeron la página más simple que podían hacer. Este es el resultado del talento, de trabajar en un garaje con computadores prestados y construir páginas Web simples. En ese momento no había un plan extensivo de cómo empezar un negocio, simplemente empezaron.

¿Cuáles son los factores que dan origen a las cosas? ¿Qué crea la habilidad de empezar las cosas? A veces pensar en negocios de software es bastante caro: hay que comprar desarrollos, medios y servidores, hay que mantener un staff y eso cuesta mucho dinero. Así que se debe conseguir un socio capitalista o dinero prestado y muchos planes de negocios y compañías que trabajen en cada uno de estos. Hay muchos procesos involucrados y esta es la tendencia.

En 1984 Google nació, y en ese año el poder de la CPU de un computador se mejoró en un 78 %, los precios de las memorias cayeron y llegaron a ser 5 millones de veces más grandes. Se da un gran poder de crecimiento y ¿Cuál es el resultado? Si tomamos este simple rendimiento y lo aplicamos a un galón de gasolina por ejemplo, podríamos circunnavegar el globo 367 veces con un solo galón de gasolina. Es una aplicación fascinante que no cuesta mucho dinero para empezar una compañía.

¿Qué necesitamos para crear una compañía? Una conexión de Internet (el software es casi gratis), y lo más caro para empezar una compañía es encontrar algo que dé con que comer. ¿Qué nos dice esto? Que es el mejor momento para empezar ahora, no hay excusas para no empezar, simplemente las dificultades de una compañía están casi eliminadas y el resultado es que las compañías grandes están construyendo fuera de E.U., de Japón, de Corea y Europa.

Esto está sucediendo porque ya no es tan costoso, ya no hay una barrera fundamental para construir una compañía. Al estar empezando una compañía necesitamos saber en qué se va a enfocar. Yo creo que no hay mejor forma para empezar, que tener una visión real como tal. En las compañías las declaraciones de visión muchas veces quedan en la pared, nunca se desarrollan y nunca son consultadas. Para nosotros en Google era importante tener una visión que reflejara las metas que teníamos en mente y obviamente hay que consultar estas visiones cada vez que queramos tomar una decisión.

Entonces aquí estamos, organizamos toda la información del mundo, lo hacemos de forma universal y accesible universalmente. Toda la información es importante para nosotros, no solamente la que está en inglés o la que está en la página Web de una publicación reciente.

Toda la información la podemos conseguir con nuestras manos. Si sabemos qué estamos buscando y si queremos tener más información, es muy importante que tengamos un resultado de lo que estamos buscando. Ésa es la importancia de tener acceso universal. No queremos una respuesta cortada, queremos servicios que estén disponibles Wireless, queremos crear servicios que sean accesibles para usted. No importa si está utilizando Firefox, Safari o Explorer o si tiene un PC o un Mac, si tiene un Smart Phone, un teléfono sensible o uno sencillo, no importa el país o la hora.

Es por esto que necesitamos construir servicios que puedan ser ajustables a estos factores. Esto es algo importante y también lo es hacerlo útil. Si vamos a tener información que no esté organizada, que no esté priorizada, que no haya estado clasificada o recogida, ni presentada con la calidad que se necesita, estamos perdiendo tiempo. Entonces construimos los servicios que estamos construyendo pero perdiendo tiempo y así no vamos a construir nada, al final terminamos perdiendo lo que hemos hecho. Pero lo más importante aquí es que toda la información del mundo creada a través del desarrollo genera un KiloByte cada año en promedio. Esto es una cantidad enorme, hay demasiada información creada cada día.

Google ha creado 29000 KB de información y hay una forma de ilustrar por qué y cómo está consiguiendo toda esta información en mundo. Esta foto que vemos aquí fue tomada con una cámara digital como la de algunos de ustedes. Tiene 6 o 9 mega píxeles de resolución. Algunos más profesionales pueden tener una Canon de 21 mega píxeles.

Esta otra imagen tiene 1000 mega píxeles de resolución. Podemos ver como esta imagen tiene una gran cantidad de información. Poco a poco estamos viendo más detalles en la imagen, aun sin mover el lente o su distancia focal, sólo digitalmente, en resolución vemos cada vez más detalles en las formas y figuras. Y si nos acercamos más vemos todavía más detalles.

Entonces para nosotros nuestra visión era crecer. Siempre tratamos de resolver los problemas más grandes. Comenzamos por los problemas pequeños y sus soluciones pequeñas hasta llegar a los más complejos para poder de igual forma solucionarlos, para poder entregarles a ustedes la respuesta más amplia, para entregarles a ustedes la forma más revolucionaria de servicios que pudiéramos desarrollar.

Todo esto genera una serie de preguntas: ¿Cómo decidir qué construir? Siendo Google un motor de búsqueda, ¿Cómo encontrar Gmail? ¿Cómo llegamos a lo que conocemos como un paso adelante? En el 2007 había 2800 productos construidos en la compañía, lo que es mucho. Y muchos de estos productos no llegaría a conocer nunca a sus usuarios, de hecho muchos fracasarían inmediatamente. La cultura de la falla existe como una forma de evaluar los riesgos a los que nos estamos enfrentando. Siempre nos estamos enfocando en los usuarios para ver que están haciendo y hacia dónde se están inclinando. Analizamos cuáles son sus necesidades y así encontramos una muy buena forma de crear un producto o servicio.

Los usuarios pueden sentirse a veces frustrados por la tecnología, por su aplicación en la vida diaria, en fin por varios factores. Pero hay compañías, incluyendo Microsoft, que están atentas a todas estas situaciones de la vida cotidiana para crear soluciones y aplicaciones que ayuden y beneficien a los usuarios y de esta forma crecer como empresa.

Entonces lo que se hace realmente es que se empieza por el final, se empieza con el usuario, se empieza con el cliente. Se analiza lo que éste necesita y se encuentran soluciones a sus problemas. Porque ciertamente la tecnología puede ser complicada, los softwares pueden tener aplicaciones dentro de los mismos que son difíciles de manejar y que de hecho puede que el usuario no se haya dado cuenta de que están presentes.

Por eso tenemos personas que están analizando al usuario individual y buscan la mejor forma de conectar al individuo con la tecnología, pero todavía para muchas cosas no hemos encontrado formas únicas para hacer las cosas y es por esto que nos encontramos continuamente con este problema. Estamos fallando cuando no encontramos la forma humana de conectar e interactuar con la tecnología. Para Google esto es un desafío continuo por que muchas veces ignoramos quién es el que va a estar del otro lado del sistema y dentro de nuestro progreso tratamos de entender todas las diferentes opciones que se cruzan frente a los usuarios para entender su actuar y así poder ofrecer las mejores opciones y servicios.

En el momento en el que Gmail empezó, AOL era el socio más importante de Google. Obviamente no estaban contentos porque estábamos comenzando a ofrecer un servicio de correo que AOL también ofrecía. Sin embargo comenzamos innovando, analizamos los problemas que se presentaban en esos momentos y uno de esos era el límite de capacidad de almacenamiento. Pero lo que realmente hicimos fue escuchar a la gente, de hecho, sabíamos que al recibir sus opiniones íbamos a tener en nuestras manos la solución para crear un mejor

servicio del que había en ese momento.

Entonces ¿Cómo medir la forma en que interactúan los usuarios? Miramos en donde los usuarios hacen clic y en donde no y así evaluamos el impacto que se está teniendo en el consumidor, que es el usuario.

Una de las aplicaciones más interesantes en el análisis de mercadeo era predecir el éxito de una película. Publicábamos una película y mirábamos si la gente la veía o no y sacábamos las estadísticas para saber cuánto se debía gastar en publicidad para esta película.

Entonces vemos como Google es un buscador que mide las intenciones, las curiosidades de la gente. Establece una relación directa entre la información buscada y la intención del usuario y su curiosidad por buscarla. De esta forma y con este análisis podemos saber cuáles son las mejores opciones para los publicistas, empresarios y negociantes. Teníamos unos datos que indicaban las preferencias de las personas y esta información es supremamente valiosa para todos los que tenían un producto o servicio que ofrecer.

En este momento fue cuando nos dimos cuenta que teníamos una confianza establecida con nuestros usuarios y fue allí cuando nació Google Talk que funciona como un Skype. Es un mensajero que lo podemos usar como un programa estándar o como una aplicación de Chat como la de Gmail. Empezamos este proceso en el 2005 y para ese momento había 270 millones de usuarios aproximadamente. Yahoo tenía 200 millones, AOL tenía 250 millones, ICQ tenía 7 millones entonces era loco comenzar un proyecto de esta magnitud. Pensábamos como íbamos a competir con estas compañías y fue entonces cuando nos preguntamos: ¿Para qué somos buenos y en qué somos los mejores? La respuesta era fácil. Somos buenos para hacer comunicar a la gente de forma masiva, contamos con plataformas de gran capacidad y tenemos buenas herramientas que responden de manera efectiva a la congestión de las masas.

Una semana después de que lanzamos Google Talk, BlackBerry comienza a usar Google Talk y de igual manera Nokia sin que tuviéramos un contrato con ellos si quiera. Nosotros lo que hicimos fue abrir la puerta para que esta conexión se diera y funcionara. Aprovechamos nuestras fortalezas, nos dimos cuenta que en interfaces no éramos buenos pero con nuestra tecnología podíamos lograr que otras compañías se pudieran comunicar masivamente y en eso es que somos buenos. Por ejemplo Twitter y Facebook cada uno a su manera tiene su talento interno y no importa si somos o no los más grandes, siempre es bueno contar con el apoyo y complemento de otros.

En algún momento durante el gobierno de Bush vimos truncada esta comunicación directa que siempre hemos manejado de forma sencilla por todo el tema de seguridad política y anti terrorista. Pero no pudimos evitar sentirnos amenazados porque esta comunicación masiva de forma clara y directa era una de nuestras visiones y nuestra compañía decidió luchar. Aunque era riesgoso para nuestros socios, ganamos en la corte y defendimos a nuestros usuarios y esto afianzó aun más nuestro vínculo con ellos. Ya que mantuvimos siempre nuestra visión de escuchar a nuestros usuarios, de hacerlos parte activa de nuestra compañía. Cada viernes hacíamos reuniones donde se consultaba todo con los empleados y usuarios a través de tele conferencias por todo el mundo. Todo el mundo tenía la oportunidad de preguntar y cuestionar sobre cualquier tema que le preocupase. Se discutió sin censura ni filtros generando un espacio de seguridad y confianza.

¿Cual es el secreto de Google? Contrate a los mejores ingenieros, denles todos los materiales que necesiten, póngalos a resolver los problemas más difíciles del mundo y luego quíteselos del medio.

En Google rápidamente se podía identificar quienes estaban bloqueando a veces algunos procesos. Gracias al mismo sistema tan confiable y directo era fácil saber quien no estaba haciendo algo bien. Y muchas veces era el poderse mantener en una posición lo que realmente beneficiaba a la persona y a la compañía.

Vemos esto en Washington. Hay una cultura donde el poder está afectado por saber a quién se le puede decir no. En Silicon Valley, así sea Google o Yahoo, cualquiera de estas compañías, su poder se radica en lo que usted puede lanzar, en lo que puede construir y decir que si, tratamos de gastar el tiempo mirando a las personas con las que podemos trabajar. Cuando construimos algo, estamos mejorando nuestras ideas y progresos, la pasión de crear algo que está saliendo y si una persona dice: perdóneme pero no puedo hacer esto y me tengo que ir, eso rompe el proceso que queremos iniciar y detiene las innovaciones, nos frustramos y nos vamos a casa.

Para nosotros es cómo empezamos, cómo contratamos a estas personas, es dar los recursos que necesitan, trabajar por los problemas grandes, tratar de quitar los problemas y tratar de que el proceso se lleve a cabo. Como dije al principio la innovación no es un accidente, la innovación sucede cuando usted crea el ambiente para que esto suceda. En términos de las infraestructuras grandes, esto no es por tener los computadores más potentes del mundo, es como cuando visito compañías en Silicon Valley que gastan cientos de miles de dólares y millones de años para pagar un ingeniero de software y después les dan poco. Un ingeniero como este puede producir entre el 20 y el 30% más, tal vez más de US\$ 300. Pero los departamentos de finanzas no quieren gastar mucho en computadores así que le niegan el acceso a otras pantallas. Podemos incrementar la producción de este ingeniero creando una computadora y pantallas más grandes y más pequeñas. Tenemos que mirar lo que estamos trabajando. A veces por mirar los puntos pequeños olvidamos los puntos más grandes. Esperemos que ustedes no sean de las personas que dicen no, si usted tiene a una persona que dice no, simplemente despídalo.

¿Cómo organizamos una compañía como estas? Trabajamos en un marcador, en una forma matemática y para nosotros, una fórmula matemática es el 70 % de nuestros recursos. Gente, servidores y dinero llegaron al fondo de nuestros negocios y la parte importante de nuestro negocio es el Searching Advertising o Publicidad de búsqueda. El 20% de los negocios se relacionó con negocios como Google Documents, Gmail, estas cosas que no eran necesariamente buscadores pero estaban relacionadas y complementaban la búsqueda. El otro 10% eran temas locos, inspiración que tal vez no era necesaria y no era relacionada con nuestra misión, Google Earth. El talento siempre fue atraído por otras compañías, y la oportunidad de crear otras compañías de millones de dólares empezó así, tomando una visión fresca, el ambiente, las experiencias. ¿Cómo llegamos a reclutar a estos ingenieros? ¿Les pagan bien? En Silicon Valley no pagamos mejor, pero pagamos bien. Nuestros ingenieros no son bobos, obviamente tienen muchos beneficios, creando un excelente sitio de trabajo. Había un gimnasio, había doctores, había dentistas y la junta nos preguntaba: ¿ustedes están tratando de mantener una tienda de departamentos o esto es algo con lo que están tratando de mantener a la gente acá? La verdad es que no, para mi yo soy productivo, yo estoy en la zona, yo hago las cosas en una hora y media al día tal vez. Pensemos en su día, cuánto tiempo al día gasta manejando, hablando, cotorreando, comiendo, esperando el trafico, viendo

televisión, hablando con su familia, trabajadores, amigos, leyendo los emails que son mierda, cuanto tiempo de su día gasta en hacer estas cosas? Mirando por la ventana, esperando las vacaciones, mirando a sus ex novias en Facebook. Viendo todo ese tiempo que se gasta no haciendo las cosas importantes, no avanzando en sus metas, nos dimos cuenta que la gente siente y así es como funciona.

Nuestra meta era que en cambio de forzar a las personas hacia adelante por 3 o 4 horas, hacer lo que pueda hacer para eliminar alguna de esas estructuras tradicionales, para que se sientan felices, los masajes, la buena comida hace que la gente este feliz, jugar con sus amigos, todas estas cosas hacen eso y siempre es mejor contar con la gente feliz. La felicidad es contagiosa y todo esto estaba dirigido para que ese .5 horas de optimización de la productividad ocurriese.

Creamos entonces la oportunidad de estar en Google con trabajadores y colegas y mejoramos las posibilidades de que esta inspiración y producción y así avanzaba la misión de Google. Esta es la forma más atractiva de comenzar su empresa de estos tratamientos especiales. Había una compañía donde un trabajador utilizaba el 20 % de su tiempo para trabajar en algo distinto a su trabajo propio, trabajando en otros proyectos, dentro de la compañía. Había algunos impactos importantes, los ingenieros simplemente siempre quieren hacer nuevas cosas, inventarse cosas, arreglar cosas que no existen, si usted tiene un ingeniero en su casa, siempre quiere arreglar las cosas. Son muy curiosos.

Si quiere contratar a un ingeniero para su compañía por largo tiempo, hay que satisfacer sus curiosidades y estas traen inventos importantes, innovaciones y progresos. Ese 20% del tiempo crea una cultura de curiosidad, de exploración, de manejo de riesgos, de crecimiento de compañía.

Acuérdense que teníamos a personas que llegaban de universidades y allá siempre hay mucha experimentación tanto académica como con mujeres, licor, etc., siempre están cambiando las cosas, todo está conectado con sus clases, la lectura, seminarios o los viajes que hacen. Así es como el mejor pensamiento llega y tenemos ideas. De esta forma podemos escribir poemas, hacer arte, ponernos románticos.

Nos damos cuenta que cuando se está en ese tipo de ambiente es cuando la gente es más productiva y creativa y al poder crear este tipo de ambiente en Google, con estos principios, podemos fomentar esta innovación revolucionaria. Teníamos presentadores que hablaban de la parte de tecnología con cosas que no tenía nada que ver, como gente que jugaba póker por internet y hacia trampa para ganarse millones de dólares y nos confesaban sus crímenes de internet. Teníamos autores, políticos, artistas, deportistas, cualquiera que podía crear una idea y esto creaba una cultura que podía inspirar a las personas.

Productos importantes vinieron, Google News fue escrito por una persona en su 20% del tiempo, ¿increíble, cierto? Piensen en el impacto que tiene esto en el mundo, cuántos lenguajes están disponibles y cuánto tráfico hay en las páginas de negocios y noticias. Eso ha creado una cultura de innovación y últimamente se desarrolla algo que los usuarios siempre quieren. Uno de los aspectos de la compañía es que estamos rodeados de la gente más inteligente del mundo y cuando nos sentamos con ellos, estamos aprendiendo de ellos y explorando sus pasiones.

Tal vez no es lo más importante de Google pero la comida es muy importante. Google le da alimentación todos los días a sus empleados, comida orgánica de los granjeros locales.

Cuando me fui había tal vez 60 chefs todos los días y Google es el productor de comida orgánica más grande de E.U. Cuando empezamos a alimentar a nuestros empleados, los periódicos dijeron que estábamos llegando a la época de los 90s cuando las empresas empiezan a hacer dinero, a hacerse públicas y así estamos creando los nuevos negocios, dándole alimentación a nuestros empleados teniendo cafeterías con chefs de calidad.

Nosotros estábamos comprando 8000 langostas para nuestros empleados, pero podíamos manejar este costo, este tipo de comida le cuesta a Google US\$ 13 por empleado por día y algo así como US\$ 2000 por año por empleado. Pero por este precio están todos los empleados en el campo, se sientan con los colegas, con gente que no conocen e intercambian ideas y con una comida deliciosa. Cuando hay una organización, hay jerarquías, pero cuando todos comemos lo mismo, todos comentamos y contamos chistes y estamos relajados, hay ideas, comenzamos a pensar y es desafiante y emocional.

También hay maquinas de pasabocas, donde la regla es que usted no está a más de 100 metros de una maquina de estas, y esto por lo que les dije al principio, cuando estábamos en el garaje que debíamos entrar a escondidas a robarnos cosas de la cocina. Y la gente se sentaba y hablaba de nuevas ideas, política, mujeres y siempre conservaban las ideas que oían y llegaban al escritorio a desarrollarlas y nos dábamos cuenta que la gente trabajaba en grupo, de 3 a 4 por oficina.

Siempre trabajando en oficinas privadas porque en los cubículos la gente escucha lo de los demás y se pierde mucho tiempo. Empezamos a mirar como diseñar nuestras oficinas y construimos estos pasajes de 3 y 4 personas, con paredes de vidrio donde los demás nos podían ver y mirar si podíamos ser interrumpidos o no. El único que tenía oficina era el presidente Schmidt y un ingeniero quiso trabar en la misma oficina de él y él no pudo hacer nada por los principios de la compañía, así que compartieron el espacio.

Esta es una cultura de cambio donde se comparte todo, se comparten las ideas y se traen también de afuera. Crearon sitios donde se pudiera jugar y trabajar y hacer un trabajo conjunto, poder conocer a toda la familia de los empleados, también traían sus perros y eso relajaba el ambiente.

Tenemos talento, alimentamos con el talento, con estos recursos y los alimentamos con inspiración. Hacemos que la colaboración y la creatividad se despierten. Hay que llegar a la verdadera felicidad, la felicidad global que llega a todo el mundo, a la familia, al ambiente. Y lo más importante de estar aquí es predicar estas ideas. Google es una compañía de 11 años, Twitter empezó en 2006, muchas de mis compañías tienen 6 meses y son compañías que son bebés, imagínense una compañía tan pequeña diciéndole a otras como hacer negocios.

Y cuando hablamos de estas ideas, esto nos lleva a una discusión donde hay un intercambio de ideas y me gusta saber cuáles son sus experiencias, qué han visto y cuáles son las cosas que ustedes trabajarían en su ambiente. Dejé Google porque no era perfecta, empezaron cosas a quebrarse y aprendimos cosas que llevamos a otras compañías. Pero cada una de estas cosas representan el principio para una discusión que nunca termina y lo más importante es escuchar más que hablar, por eso Twitter es increíble.

Esta es una comunidad que comparte sus ideas, y la forma cómo podemos escucharlas, por eso me gusta leer los blogs de otras personas para ver sus expresiones y sus ideas y por eso me gusta colaborar con otras compañías, escuchando lo que piensan y lo que trabajan.

Es importante encontrar a las personas que dejen de decir no y puedan pensar que si, que las cosas son posibles de solucionar y alcanzar. Porque son estas personas las que recomiendan soluciones e información a través de Facebook o Twitter y es esto es aún más valioso que lo que pueda comunicarle la televisión o las noticias. Es esta la mejor publicidad, usted nunca se enteró de Google por publicidad porque nunca lo pautamos, fue un amigo que de manera confiable le invitó a conocerlo y es ese mecanismo lo que nos ha hecho grandes hoy.

Por ejemplo el hecho de que Facebook sea algo fácil de explicar a otra persona sobre cómo manejarlo es uno de sus claro éxitos. Cada una de sus compañías debería adoptar estos conceptos y así serían más prácticos y confiables para sus empleados. Cuando sus empleados comunican a más y más personas la difusión necesaria de su compañía, su compañía crece.

Les cuento una experiencia que tuve en Twitter hace una semana. Expresé que me había percatado de tener demasiada ropa que no uso y decidí regalarla a la gente que si la podría necesitar. Esta idea motivo a más gente a despojarse de otras cosas que también les eran innecesarias pero que en cambio podrían usar otras personas.

Voy a darles una dirección personal en donde me pueden escribir y desde donde intentaré responderles sus comentarios. Este es un espacio donde hablo de cosas que son importantes para mí como lo es una fundación de un amigo que lleva agua potable a gente que no tiene acceso a ésta. Es increíble como con 20 dólares pueden proveer agua limpia a una persona por 20 años, con 4 mil dólares se distribuye agua a una población completa. Yo fui y construí un acueducto que cambió la vida de un pequeño pueblo en África.

También está otra Fundación de un amigo Haitiano que hizo mucho dinero y no olvidó sus raíces y ayudó a su pueblo. Hay muchas fundaciones que me inspiran porque ayudan a luchar contra el cáncer, pero en fin, mi mensaje para despedirme es que se interesen por estas causas y sean parte activa de ella a través de las posibilidades que la tecnología hoy nos está brindando.

Tomado de la grabación de audio de la traducción simultánea realizada el 09 de Julio en el auditorio G12. Este texto es una realización de Evenpro Colombia y su Marca Megatendencias Globales. Esta PROHÍDA su reproducción parcial o total y la comercialización de forma alguna de este contenido, el desacato de esta advertencia, acarrea las sanciones pertinentes por parte de los autores y de sus respectivas marcas. Este texto se ofrece como cortesía sin costo alguno a los participantes de la conferencia efectuada el día 09 de julio de 2009 en Bogotá, Colombia. Cualquier información adicional a nuestro correo: info@evepro.com.co